Ghidul inițiatului în prezentări cu public

de Andy Szekely

27 de strategii verificate pentru succesul prezentărilor cu public

Eşti începător ?

Eşti expert în prezentări cu public ?

NU CONTEAZĂ !

Nu contează pentru că ceea ce urmează să citeşti nu se referă la statut ci la creşterea eficienței.

Eu sunt începător, chiar dacă fac prezentări cu public de 10 ani. De fapt, atitudinea de începător ajută în această meserie. Fiecare grup căruia urmează să îi vorbeşti e diferit. Alt context ! Altă dinamică ! Din acest punct de vedere cu toții suntem începători când facem prezentări.

Pe de altă parte, de fiecare dată când vorbeşti unui grup îți exprimi personalitatea – unicitatea ta. Din acest punct de vedere eşti un expert.

Expert al propriului stil !
Cu cât vorbeşti mai mult în public, cu atât acest stil se rafinează mai mult !

În consecință, cu o atitudine de expert / începător, îți ofer în continuare câteva idei, formule şi tactici utile pentru succesul prezentărilor tale.

Unele dintre ele s-ar putea să îți fie cunoscute, altele ar putea fi complet noi. În orice caz, cu acest raport special vreau să contribui la succesul tău, adăugând măcar o piesă în "puzzle-ul" prezentărilor de succes
pe care le vei face.

Lectură plăcută ! şi...

Inspirație !

Cuprins:

- Cum să te pregăteşti eficient *(pag 5)*

  7 sugestii pentru pregătirea succesului oricărei prezentări
- Cum să prezinți fără să plictiseşti *(pag 11)*

  5 tehnici de încheiere a unei prezentări cu maxim de impact
- Cum să finalizezi memorabil *(pag 18)*

  5 tehnici de încheiere a unei prezentări cu maxim de impact
- Metode pentru evitarea amânării *(pag 22)*

  5 formule prin care să pui în practică ceea ce ai învățat (funcționează şi pentru public, dar şi pentru tine !)

Cum să te pregătești eficient

7 sugestii pentru pregătirea succesului oricărei prezentări

Pregătirea argumentației şi pregătirea psihologică sunt aspecte decisive pentru o prezentare reuşită.

Regula de aur este : niciodată să nu te încălzeşti pe scenă. Numeroşi vorbitori profesionişti se pregătesc câte o oră pentru fiecare 5 minute de discurs. Pentru majoritatea discursurilor această pregătire extensivă nu este necesară mai ales dacă ştii să foloseşti câteva strategii simple.

În această secțiune afli cum să :

- Faci pregătirea psihologică şi motivațională
- Îți construieşti o argumentație solidă
- Te prezinți credibil în fața publicului

1. Decide foarte exact ce vrei

Când ştii foarte exact care este rezultatul final creierul tău acţionează ca un mecanism de detecţie a resurselor care te-ar putea ajuta.

Vizualizarea este în acest sens un instrument ideal. Previzualizează cu cât mai multe detalii rezultatul final dorit. Vezi cu ochii minții ce anume vrei să obții. Astfel, chiar dacă vei întâmpina un public sceptic, îl vei percepe ca «etapă de parcurs » către scop, nu ca pe o destinație finală.

Când porneşti cu finalul dorit în minte, toate acțiunile tale sunt orientate în direcția respectivă. Care este rezultatul final ? Vrei ca cei care te ascultă să te aplaude ? Vrei să te urmeze ? Vrei să îți cumpere serviciile ? Ce vrei ? În ce condiții vrei ? Cât de clar poți să vezi cu ochii minții rezultatul final ? Cu cât îți este mai clar în mintea ta ceea ce doreşti să obții, cu atât ai şanse mai mari să şi obții. Cu cât ținta este mai clară, cu atât mai uşor va fi atinsă.

2. Stabileşte DE CE vrei să obții acel lucru

Răspunsul la această întrebare îți va furniza motivația necesară !

S-ar putea să ştii foarte bine ceea ce îți doreşti, dar dacă nu ai motivația necesară, vei găsi probabil o cale să îți sabotezi succesul. Cât de valoros este pentru tine acest rezultat ? Cât de important ? Clarifică răspunsul la aceste întrebări înainte să mergi mai departe.

3. Clarifică-ți argumentația – pe ce te bazezi ?

Vorbitorii publici ştiu foarte clar că pentru a fi convingători au nevoie să cunoască precis ceea ce doresc să transmită.

Clarifică-ți argumentele ca şi când ar urma să răspunzi unui examen oral la facultate, pentru nota 10. Găseşte explicații, cercetări, exemple care să susțină ceea ce vei spune. Pentru punctele cheie ale prezentării, găseşte minim trei exemple concrete. În acest fel te asiguri că mesajul tău va fi bine receptat.

4. Anticipează-le reacțiile

Ca orice vânzător bun, gândeşte-te care sunt posibilele obiecții pe care ai putea să le primeşti ca răspuns la ceea ce spui.

Eventual, roagă-ți prietenii să joace « avocatul diavolului » în această privință. Colectează cele mai importante obiecții şi gândeşte-te în linişte care sunt argumentele cu care le-ai putea demonta. Momentul potrivit să faci asta este când îți pregăteşti discursul, nu când te afli deja pe scenă.

5. Invită pe altcineva să te prezinte

Specialiştii numesc această metodă – credibilitate externă sau credibilitate prin terți.

Practic, atunci când altcineva te prezintă, ceea ce spune va fi mult mai repede crezut decât dacă ai vorbi tu despre propriile tale merite. Această metodă nu poate fi folosită în toate ocaziile, însă atunci când merge are un efect de credibilizare aproape instantanee în ochii publicului.

Îți sugerez să "pregăteşti terenul" convenind cu persoana care urmează să îți facă introducerea, ce anume va spune. Important este ca mesajul să fie scurt şi la obiect (maxim un minut).

6. Creează-ți o "reclamă personală"

Dacă ai avea la dispoziție doar un minut să te prezinți, ce ai spune ? Dar dacă ai avea doar 30 de secunde ?

Recent am fost pus într-o astfel de situație la un eveniment de networking. Dintre zecile de participanți, numai patru sau cinci au reuşit să transmită o imagine corectă, fără să epateze gratuit şi fără să îşi minimizeze inutil importanța. Mi-am dat atunci seama cât de important (a se citi esențial) este să ştii dinainte ce vrei să spui.

Sugestie: scrie un text de o jumătate de pagină, memorează-l şi apoi cere-le prietenilor părerea despre cum l-ai putea îmbunătăți. Există numeroase ocazii în care vei avea nevoie de o astfel de "reclamă personală". De fiecare dată când cineva te întreabă cu ce te ocupi, e un bun prilej să o foloseşti.

7. Elimină cel mai mare sceptic (TU ?)

Dacă ai un simț autocritic foarte dezvoltat şi urmează să comunici cu sceptici…… ia o pauză.

De ce ? Simplu ! Un sceptic se poate dovedi foarte rapid critic la adresa ta. Faptul că tu eşti deja critic asupra propriei persoane nu face decât să dubleze presiunea. În aceste condiții e foarte stresant de lucrat.

Am cunoscut oameni care atunci când urmează să vorbească în public devin foarte stresați tocmai pentru că sunt sceptici la adresa propriei persoane. Ei se autoconving că nu sunt destul de buni sau destul de bine pregătiți. Această convingere nu este productivă şi te poate transforma în cel mai mare sceptic din sală.

Sugestia mea e să utilizezi o altă convingere pe care am învățat-o de la mai mulți vorbitori publici: **„Ceea ce urmează să fac nu este în primul rând în beneficiul meu. Este în primul rând în beneficiul publicului !"**

Repetă de suficiente ori această convingere în dialogul tău interior înainte de prezentare ! Cred că îți va servi foarte mult pentru că poate muta încărcătura emoțională de la tine către public.

În acest fel te vei simți mai liber să reacționezi spontan chiar şi eventualelor atacuri de la sceptci.

Cum să prezinți fără să plictisești

12 « secrete » ale vorbitorilor publici profesionişti

Vorbitorii motivaționali folosesc numeroase tactici pentru captarea atenției şi "încălzirea atmosferei" atunci când au audiențe mari. O parte dintre aceste metode pot fi folosite şi cu grupuri mici.

În această secțiune afli cum să:

- relaționezi în mod agreabil cu audiența
- foloseşti imagini, metafore şi cuvinte "potrivite"
- motivezi publicul să te asculte şi să te urmeze

1. Raportează-te la experiența lor trăită

Cel mai simplu şi eficient mod prin care să demontezi scepticismul este să te referi la o experiență trăită de persoana sceptică şi care îi infirmă obiecția.

Un exemplu simplu este legat de ideea că majoritatea deciziilor pe care le luăm se produc la nivel inconştient. Un sceptic ar putea obiecta spunând : "eu iau majoritatea deciziilor la nivel conştient".

Răspunsul meu la această obiecție este : « Ai condus vreodată masina din punctul A în punctul B fiind prins în conversație cu un prieten pasager ? Conversația fiind foarte interesantă, e posibil ca la destinație să nu îți mai aminteşti detaliile drumului parcurs ? Ei bine….. probabil că deciziile pe care le-ai luat pe drum au fost în bună măsură la nivel inconştient… »
Acest mod de a argumenta, pornind de la experiența interlocutorului mi se pare mult mai eficace decât argumentele logice.

2. Foloseşte-te de imagini

Pregăteşte imagini captivante care să ilustreze exact ce ai de spus.

Cu cât imaginile sunt mai « la obiect », cu atât ajuți mai mult audiența să facă conexiuni mentale. Imaginile uşor amuzante pot fi foarte utile pentru destinderea atmosferei. Totuşi, nu exagera cu imaginile. Important este ca în mintea auditoriului să rămână imaginea ta, nu o secvență de fotografii.

Dacă nu este adecvat să foloseşti imagini proiectate, gândeşte-te pur şi simplu ce simbol vizual ai putea folosi pentru a atrage atenția (de exemplu, o fotografie, o floare, un ursuleț de pluş, un tricou inscripționat cu un text semnificativ, etc...)

3. Te invit să îți Imaginezi ceva interesant…

Foloseşte cuvinte cu încărcătură emoțională puternică.

În fraza de mai sus, cuvintele "imaginezi" şi "interesant" au menirea de a capta atenția mai uşor. Dacă aş fi spus de exemplu: "Îți prezint următoarea idee....", exprimarea în sine este seacă şi nu are şanse prea mari de a stârni curiozitatea. (Un alt cuvânt extrem de util din aceeaşi categorie este "Secret")

Să trecem aşadar la următorul secret:

4. Oferă sugestii şi informații, nu directive şi afirmații

Scepticii nu reacționează bine la cuvinte directive de genul : "trebuie" , „fă cum îți spun eu", "aşa se face", etc. Evită-le !!

Foloseşte în schimb cuvinte mai soft,din categoria sugestiilor, de genul :
"după cum probabil ştii…….",
"mă întreb ce părere ai despre….. ",
„ar putea fi interesant pentru tine să……."

În zonele punctate pune ceea ce doreai să transmiți ca idee sau concept. Acest gen de limbaj poate face minuni în comunicarea cu scepticii… după cum probabil deja ți-ai dat seama…..

5. Să vă povestesc ce mi s-a întâmplat...

Începe cu o poveste. O poveste pe care o cunoşti foarte bine te scapă de stressul începutului. În plus, este probabil cel mai simplu mecanism prin care poți transmite emoție către audiență. Pregăteşte-ți o "tolbă" cu astfel de poveşti care să se potrivească în diverse ocazii. Când spui poveşti, ar fi bine ca acele poveşti să te conțină. Ceea ce ți s-a întâmplat ție este unic şi te implică emoțional şi pe tine, nu numai pe cei din public.

Oamenii înțeleg conceptele, dar rețin poveştile. Pentru fiecare idee importantă, care doreşti să rămână în mintea celorlalți, spune o poveste sau fă o analogie care să le permită interlocutorilor să îşi facă o imagine clară a ceea ce vrei să transmiți.

Analogiile sau metaforele sau poveştile sunt procesate în special în emisfera dreaptă a creierului, în vreme ce faptele şi conceptele, în emisfera stângă. Când faci o prezentare, alternează conceptele cheie cu metafore şi comparații. Această alternanță: concept-comparație, concept- comparație, seamănă cu funcționarea unui ştergător de parbriz cu care îți ajuți audiența să vadă mai clar ce vrei să spui.

6. Exprimă-te simplu şi succint

Vorbitorii publici se concentrează să transmită o singură idee principală în cadrul unei prezentări sau în timpul unei secțiuni a unei prezentări.

Albert Einstein spunea: „Fiecare lucru trebuie explicat cât mai simplu cu putință, dar nu mai simplu decât atât." În plus, ar fi de dorit să foloseşti un limbaj cât mai simplu, fără termeni tehnici. Faptul că ştii termeni tehnici nu e un motiv să îi împovărezi pe ceilalți cu ei.

7. Gesticulează şi „umple" scena…

Este foarte important să exprimi nonverbal ceea ce vrei să transmiți verbal.

Cu cât audiența este mai numeroasă cu atât gesturile tale vor fi mai largi. Când gesturile tale susțin ceea ce spui, mesajul tău devine puternic şi credibil. În schimb, atunci când mesajul tău este contrazis de gesturi, aproape întotdeauna gesturile vor fi crezute. Studii realizate de profesorul Albert Mehrabian in SUA au arătat că atunci când mesajul verbal şi cel nonverbal nu se susțin reciproc, 93% din impactul mesajului este dat de gesturi, expresii faciale şi tonul vocii, iar numai 7% de conținutul mesajului (cuvinte).

8. Arată că îți pasă

Oamenilor nu le pasă cât de multe ştii până când nu află cât de mult îți pasă.

Porneşte cu această idee în minte când te adresezi unui grup sau unei persoane. „Imi pasă de tine" ar putea fi un gând în dialogul tău interior, înainte de a începe să vorbeşti. Dacă nu îți pasă, asta se simte. De fapt, dacă nu îți pasă deloc, înseamnă că mesajul nici nu merită transmis. Când arăți că îți pasă, beneficiarii mesajului îți vor răspunde la fel. Aceasta este o lege universală a comunicării. În Psihologia Persuasiunii, ea se mai numeşte legea reciprocității.

9. Invită participanții să se implice

In afară de demonstrații, trainerul oferă practica necesară pentru ca participanții să integreze în comportamentul lor noile abilități

În plus, poți invita participanții să pună întrebări. Un bun trainer se va bucura să răspundă la întrebări pentru a detalia metodele prezentate şi pentru a-i face şi pe ceilalți să beneficieze de răspunsuri. Mai mult, solicită şi acceptă feedback de la participanți. Faptul că aceştia se simt confortabil să ofere feedback este semnul unei atmosfere psihologice sănătoase.

10. Demonstrează ce spui

Unele cercetări arată că peste 80% din comunicare este de tip nonverbal. Oferă minidemonstrații ale metodelor prezentate nu doar descrieri pe care oricum participanții le-ar putea citi în cărți. Acest lucru este valabil şi necesar mai ales în cazul trainingurilor care dezvoltă abilități.

11. Fii congruent

Ce atitudini sunt implicate în comportamentul tău non-verbal – reprezintă ele ceea ce vrei să transmiți ?

Pentru participant, dacă prezentatorul vorbeşte despre importanța flexibilității, dar gesticulează rigid, este un semn de incongruență. Elimină din comportamentul tău orice gest sau cuvânt care denotă atitudini rigide sau agresive ? (misoginism, rasism, prejudecăți politice, etc.)

12. Foloseşte umorul ca sarea şi piperul

Cel mai bun ajutor pentru învățare este umorul !

Acel tip de umor molipsitor şi care nu este făcut pe seama altor membri din grup. Pentru a declanşa situații amuzante nu este neapărat necesar ca trainerul să spună bancuri. Ideea este: participanții se simt bine ? Grupul râde în timp ce învață ?

Cum să finalizezi memorabil

5 tehnici de încheiere a unei prezentări cu maxim de impact

Participanții rețin cel mai bine începutul şi finalul prezentării.

Finalul este un moment critic pentru că de calitatea lui depind în bună măsură acțiunile pe care le întreprind participanții. În mod ideal, la final participanții ştiu cel puțin trei lucruri: de ce să acționeze, cum să acționeze şi în ce condiții specifice o vor face.

În această secțiune afli cum să:

- Sugerezi publicului că „spectacolul" se apropie de sfârşit
- Motivezi audiența să treacă la acțiune
- „Energizezi" participanții pentru activitățile care urmează în ziua respectivă

1. Planul de acțiune

Oferă un sistem prin care participanții să aplice ceea ce le-ai prezentat.

Sugerează-le resurse suplimentare (cărți, pagini de web, etc.) Încurajează-i să își scrie un plan de acțiune pe care să îl discute cu colegii de la curs. Această metodă poate fi utilă mai ales în cazul unor cursuri ceva mai lungi, în care participanții au avut timp să se cunoască între ei.

2. Încheierea metaforică

O poveste sau o metaforă bine spusă poate concluziona întreaga prezentare. În plus, îi poate pune pe participanți în starea motivațională potrivită.

Metafora este un instrument puternic pentru că transmite un mesaj la nivel subconştient, nu doar la nivel conştient. Unele persoane foarte analitice, cu gândire preponderent conceptuală pot „respinge" metafora ca fiind nerelevantă. Cu toate acestea, ea rămâne unul dintre cele mai utile instrumente ale vorbitorului public. Un mod eficient de utilizare a ei la final este să o legi de o altă poveste sau metaforă spusă la începutul prezentării. În acest fel sugerezi o dată în plus, în mod creativ, că întâlnirea se apropie de final.

3. Punctul culminant

Această metodă se mai poate numi şi: "Inspiră şi creează energie pentru acțiune"

Este modalitatea în care unii oratori religioşi îşi încheie discursurile. Beneficiul constă în entuziasmul cu care participanții pleacă din sală. Dezavantajul potențial este că poate oferi prea puțină structură pentru acțiune şi astfel oamenii pleacă motivați fără să ştie exact care sunt paşii de urmat.

Creşterea de energie până la „punctul culminant" se obține de obicei printr-o serie de poveşti sau metafore în care povestitorul se implică emoțional şi „sugerează" astfel publicului să îl urmeze. Este o metodă potrivită în cazul discursurilor motivaționale scurte.

4. Activitatea „memorabilă"

O idee interesantă poate fi să închei prezentarea cu o activitate de grup.

La fel ca în cazul metaforei, dacă activitatea este asemănătoare cu o alta făcută la începutul prezentării, ea va fi percepută ca un ritual de încheiere.
De exemplu, unul dintre cursurile pe care le susțin începe cu un cerc uman format din toți participanții şi se încheie tot cu un cerc uman (participanții aşezați în cerc răspund la câteva întrebări cheie).

O altă activitate memorabilă care îmi place este cea în care participanții revizuiesc întregul curs în grupuri mici. Aceste ritualuri de încheiere sunt mai potrivite pentru contextul trainingului decât pentru cel al prezentărilor scurte.

5. Lista cu „bunătăți"

Unii vorbitori publici oferă la final resurse informaționale, materiale de studiu „pentru acasă", liste cu idei despre implementarea informațiilor prezentate, etc.

Toate acestea sunt mijloace utile pentru că pun participanții într-o stare de confort. Ele contracarează regretul post-cumpărare (senzația că investiția de timp, efort şi bani nu se justifică). În plus, „bunătățile" conferă încredere participanților şi „tangibilizează" produsul. Concret, partcipanții pleacă acasă cu cărți, CD-uri, liste, jurnale, etc. Acestea acționează apoi ca declanşatori de reamintire a experienței de la prezentare. O idee interesantă poate fi să oferi la final aceste „bunătăți" ca pe nişte surprize, dincolo de ceea ce oamenii se aşteaptă să primească. Cui nu-i plac surprizele plăcute ?

Metode pentru evitarea amânării

5 tehnici simple prin care să eviți amânarea şi să aplici ce ai învățat

Probabil că această lectură ți-a dat câteva idei care ar merita implementate. Pagina următoare se referă la implementare.

O idee nepusă în practică este de fapt o pierdere de timp pentru că în timpul consumat ai fi putut să faci ceva productiv.

De aceea, îți ofer în continuare cinci sugestii pe care să le foloseşti la implementare.

Ca idee, le poți folosi chiar şi la finalul prezentărilor tale ca listă de idei… pentru acasă, oferite participanților.

5 tehnici anti-amânare pentru implementarea cu succes a obiectivelor

1. Stabileşte-ţi clar, în scris, obiectivele

Când scrii, întregul tău sistem nervos se implică şi de aceea ai şanse mai mari să implementezi. Scrie concis şi clar, răspunzând la întrebările: Ce ?, De ce ?, Cum?, Unde ?, Când? şi Cu cine ?

2. Ia cu tine carduri cu obiectivul scris

Dacă porţi în buzunar un card de mărimea cărţilor de vizită, cu obiectivul scris pe el, îţi vei aminti să îl pui în aplicare de fiecare dată când bagi mâna în buzunar.

3. Ia-ţi un „înger păzitor" care să îţi monitorizeze practica

Cere-i unui prieten să verifice din când în când cum stai cu îndeplinirea obiectivului tău.

4. Predă ce ai învăţat la încă două persoane

Când predai, înţelegi mai bine ceea ce predai. Este cea mai puternică formă de învăţare.

5. Scrie un articol cu rezultatul muncii tale, pe care să îl oferi la cât mai mulţi oameni

Această formă de motivare se bazează pe nevoia de contribuţie şi poate fi extrem de puternică în unele situaţii.

Concluzie

Cele 27 de metode şi tehnici utile în prezentările cu public pe care le-ai parcurs funcţionează !

Luate separat, ele pot aduce un plus de valoare şi savoare prezentărilor tale. Aşezate într-o strategie, ele pot crea un salt calitativ impresionant în prezentările tale.

Totuşi, ele au impact numai dacă le aplici „natural" la stilul tău de prezentare.

Sugestia mea este să foloseşti acele idei din acest raport care se potrivesc foarte bine cu ceea ce deja te-ai obişnuit să faci.

La fel ca un gimnast care îşi rafinează exerciţiile la antrenamente, adaugă câte o idee nouă şi testeaz-o.

Nu schimba nimic din ceea ce faci deja bine. Adaugă doar ceea ce ţi se potriveşte pentru a obţine un rezultat şi mai bun.

Dacă ţi-a fost de folos informaţia din acest raport special, poţi sa îl recomanzi prietenilor tăi printr-un click aici. Mulţumesc.

Poţi să primeşti mai multe resurse gratuite, rapoarte speciale si e-cursuri intr-un mod foarte simplu: click aici şi înscrie-te acum la newsletter *(dacă nu te-ai înscris deja)*

Inspiraţie !

Alte rapoarte scrise de Andy Szekely:

Principiile stabilirii obiectivelor	Optimizare personală
Manipularea dialogului interior	Optimizare personală
Super Tehnici de memorare	Optimizare personală
Cum să dai feedback fără să rănești?	Persuasiune și influențare
Secretul motivării celorlalți	Persuasiune și influențare
Tactici de influențare subtilă	Persuasiune și influențare
Mastermind	Leadership / Antreprenoriat
Alpha Leadership	Leadership / Antreprenoriat
Strategia Disney	Leadership / Antreprenoriat
Ghidul inițiatului în prezentări cu public	Training/Speaking/Coaching
Coaching pentru succes personal și profesional	Training/Speaking/Coaching
Minighid de educație continuă	Training/Speaking/Coaching

Andy Szekely

Andy Szekely este trainer, speaker, coach și autor. El are o experiență de peste 12 ani în domeniul educației adulților. A studiat intensiv în SUA, Anglia, Austria și Canada, cu peste 40 de traineri de renume, psihologia aplicată în business și dezvoltare personală.

Andy este autorul cărților NLP Calea Succesului, Ghidul Credibilității Profesionale și Ghidul realizării scopurilor precum și a 17 CD-uri de tip audiobook pe teme educaționale. A scris sute de articole pentru dezvoltare personală și profesională care sunt citite de peste 18.000 de abonati ai newsletterului de pe siteul www.andyszekely.ro

Ca autor de programe inovative de training, Andy a creat conceptele Self Mastery, Influence Mastery, Business Mastery și Trainer & Speaker Bootcamp. A creat și dezvoltat primele tabere de dezvoltare personală și profesională din România (BootCamp), de care beneficiaza anual peste 200 de participanți.

În calitate de consultant extern Andy a susținut traininguri la cele mai mari companii din Romania cum ar fi IBM, Coca Cola, DACIA sau Avon. Clienții de coaching cu care lucrează Andy sunt persoane din topmanagementul companiilor multinaționale (CEO sau Sales manageri ai celor mai mari companii din Romania).

e: contact@andyszekely.ro
t: 0723.390.139
w: www.andyszekely.ro